

DESEMPEÑO DE LA GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LEONCIO PRADO (HUÁNUCO) Y EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL**PERFORMANCE OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE PROVINCIAL MUNICIPALITY OF LEONCIO PRADO (HUÁNUCO) AND LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT**Inocente Salazar⁷, Nebenka Caro⁸, Estela Zegarra⁹

Recepción: 02 de noviembre de 2016

Aceptado: 10 de enero de 2017

Resumen

El objetivo de la investigación, desarrollada en el año 2016, fue determinar si las actividades ejecutadas por la Gerencia de Desarrollo Económico (GDE) de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado (Huánuco), han generado impacto positivo en la percepción del desarrollo económico local. Es de tipo básico ejecutado a nivel relacional, con diseño no experimental de tipo transversal. Los datos se recogieron de fuentes secundarias y mediante encuesta personal dirigida a microempresarios (n=219), utilizando dos instrumentos con escalas de intervalos, cuya confiabilidad se determinó con Alfa de Cronbach ($\alpha = 0.81$); se analizaron con estadísticas descriptivas y estadística inferencial (Regresión Categórica y Correlación de Rangos de Spearman).

Los empresarios en Tingo María, sienten que la situación de sus empresas ha mejorado, percepción que se hace más intensa entre los empresarios dedicados al turismo; pero sus necesidades para mejorar sus capacidades de gestión empresarial y de asistencia técnica en las etapas iniciales del emprendimiento, siguen latentes. Las actividades desarrolladas por las Subgerencias de Desarrollo Empresarial y Promoción del Turismo no estarían contribuyendo significativamente a la generación de una mejor percepción de los microempresarios sobre el desarrollo económico local para Tingo María, quizás existan otros factores adicionales a los considerados en este estudio que influyen en sus percepciones; ello explicaría que las actividades desarrolladas por la Gerencia de Desarrollo Económico estén correlacionadas débilmente ($R = 0.316$; $p < 0.01$) con la percepción de los microempresarios sobre desarrollo económico local.

Palabras clave: Desarrollo económico local, desarrollo empresarial, promoción del turismo, micro empresario.

Abstract

The purpose of this investigation, executed during 2016, was determining if the activities executed, for the Management of Economic Development of the Provincial Municipality of Leoncio Prado (Huánuco), have generated positive impact about the perception of local economic development. It was of basic type and developed to relational level; nonexperimental and cross-sectional designs were used. Data were collected through personal surveys (n=219), using two instruments with interval scales whose reliability was determined with Cronbach's Alfa ($\alpha = 0.81$); they were analyzed through descriptive statistics and inferential statistics (Categorical Regression and Spearman's rank correlation).

The entrepreneurs in Tingo María, feel that situation of their enterprises has improved on, the perception is done more intense among the businessmen dedicated to the tourist activities; however, their needs to improve their entrepreneurial management capacities and of technical assistance in the initial stages of the business project, continue to be latent.

The activities developed by the Sub-Managements of Entrepreneurial Development and Promotion of Tourism not be contributing significantly to a better perception of the microentrepreneurs, about the local economic development of Tingo María, maybe there are other additional factors not included in this study, that influence in their perceptions; However, the activities developed by the Management of Economic Development are correlated poorly ($R = 0.316$; $p < 0.01$) with the perception of the micro-entrepreneurs, about local economic development.

Key words: Local economic development, entrepreneurial development, promotion of tourism, micro entrepreneur.

⁷ Docente de la Facultad de Ciencias Económicas. E-mail: inosalazar@yahoo.com

⁸ Docente de la Facultad de Ciencias Económicas. E-mail: nebenkapotokar@gmail.com

⁹ Docente de la Facultad de Ciencias Económicas. E-mail: ezegarraaliaga@yahoo.com

Introducción

El desarrollo económico local implica un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial (recursos económicos, humanos, institucionales) de desarrollo existente en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población (1); dicho proceso es participativo y fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica (2). La municipalidad, por estar más cerca de la población, debe liderar y orientar este proceso (3), atrayendo inversión privada, estableciendo las condiciones y reglas de juego claras para una competencia sana entre los empresarios (4), por ello, la ley le encarga la promoción del desarrollo económico con incidencia en la micro y pequeña empresa, así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivos municipios (5). La Gerencia de Desarrollo Económico tiene por misión fomentar las inversiones productivas, garantizar una efectiva orientación empresarial y control de las actividades económicas que ejerce la población, a través de las subgerencias de Desarrollo Productivo, Desarrollo Empresarial y Promoción del Turismo (4).

Basado en esta línea de reflexión se ha planteado la hipótesis general: Las actividades de la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, Huánuco, han generado un impacto positivo para el desarrollo económico local.

Desarrollo económico

La inversión privada y la pública influyen de distinta manera en el crecimiento, y que su efecto depende del marco macroeconómico y el grado de complementariedad o sustituibilidad entre ambas (6). La economía peruana tiene dos motores principales: la inversión privada y las exportaciones. Cuando una de ellas o ambas aumenta, crece la economía (7), aunque en el contexto actual la inversión pública continuará siendo el principal motor de crecimiento de la economía peruana en el 2018 y su desempeño impulsará a la inversión (8); además la inversión privada representa el 22% del Producto Bruto Interno (PBI), por lo que su comportamiento tiene implicancias directas en el gasto privado, la demanda agregada interna y el crecimiento económico de corto y largo plazo. No puede haber reactivación económica si no se reactiva la inversión privada (9), sin embargo, la inversión no solo es minería, también lo es la pequeña y mediana empresa, cuya labor debemos facilitar en menos trámites y acompañamiento (10).

Por otro lado, una elevada inversión pública no garantiza una aceleración del crecimiento económico (6), máxime si esta es solo inversión en programas sociales de tipo asistencialista, dado que un denominador común a muchos de estos programas es su politización y la presión que ejercen grupos de beneficiarios no pobres y burocracias ejecutoras para una continuidad de las actividades sin cambios mayores (11). Cuando la inversión pública complementa a la privada, acentúa la rentabilidad social de esta última en términos de crecimiento económico (6). La municipalidad juega un rol preponderante para definir políticas municipales que marquen pautas claras para promover el desarrollo económico y social, gestión y ejecución de programas y proyectos de infraestructura y equipamiento de servicios básicos, promoción del sector turístico, desarrollo agro productivo, incentivo y apoyo a la micro y pequeña empresa, entre otros (12), acompañado de medidas que contribuyan al cuidado del ambiente, dado que hay un desempeño ambiental deficiente por parte de estas empresas, si bien es poco su aporte a la contaminación, pero al ser incontrolada se torna dañina (13).

Con la reflexión anterior se planteó la hipótesis específica 1: Las actividades desarrolladas por la Subgerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, han impactado positivamente en la percepción de desarrollo económico local de Tingo María.

Turismo

El turismo es una expresión cultural de los seres humanos, realizada en conjunto, integrando varios actores que la conforman, esencialmente posibilitando la interacción entre turista y anfitrión, cuyo resultado impacta positivamente en el crecimiento de las economías que aplica, contribuyendo al PBI, generando tasas de crecimiento y ocupación en las de economías de su entorno (14). El aporte del PBI Turístico ha aumentado del 2011 al 2015 de 3,6% a 3,9%, en tanto que el aporte del consumo turístico interior al PBI total ha aumentado del 2011 al 2015 de 6,4% a 6,9% (15); empero, el desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino (16). No solo el patrimonio natural o histórico es objeto de turismo, sino la misma ciudad o país donde estos se encuentren, dado que las ciudades del tercer milenio han dejado de diferenciarse en infraestructura para hacerlo en valores, considerando a aquellas por supuestas, y trabajando más como marca (16) como una promesa que se hace al consumidor o visitante y que se debe mantener (17, 18), así como cumplirla lo que no será posible sin la práctica de valores para sustentar una forma peculiar de vida de quienes prestan los servicios turísticos. La marca es más

valiosa que todos los activos (infraestructura) juntos (19). El valor de marca es una medida de su capacidad para obtener la preferencia y lealtad del cliente (20) y construirla consiste en crear una imagen favorable, recordable y uniforme, lo que no es tarea fácil (21). Aquí existe la necesidad de promocionar a Leoncio Prado y Tingo María como destinos turísticos, y desarrollar lo que se conoce como marketing de ciudades y marketing turístico (22), requiriendo la participación del municipio.

La reflexión anterior nos permite plantear la hipótesis específica 2: Las actividades desarrolladas por la Subgerencia de Promoción del Turismo de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, han impactado positivamente en la percepción de desarrollo económico local de Tingo María.

Esta investigación tuvo el propósito de determinar si las actividades y/o proyectos ejecutados por la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, contribuyen positivamente al desarrollo económico local, desde la percepción de los beneficiarios (micro empresarios).

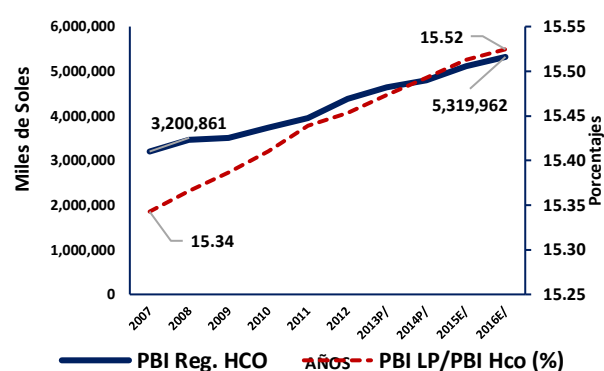
Materiales y métodos

El estudio es de tipo básico, desarrollado a nivel relacional, con diseño no experimental de tipo transversal. Los datos se recogieron mediante encuesta personal con visita en centro de trabajo a una muestra aleatoria de pequeños y micro empresarios dedicados a actividad industrial ($n=186$), promovida por la Subgerencia de Desarrollo Empresarial y, al turismo ($n=33$) promovido por la Subgerencia de Promoción del Turismo, utilizando para ello dos cuestionarios de 14 ítems para cada tipo de actividad, instrumentos que fueron validados mediante juicio de experto en cuanto a su contenido; su confiabilidad de determinó con Alfa de Cronbach (0.81).

También se ha recurrido a fuentes secundarias para obtener información que permitió determinar el nivel de desarrollo local logrado. Los datos fueron analizados con estadística descriptiva (técnicas numéricas y gráficas) y estadística inferencial (regresión categórica y Rho de Spearman).

Resultados

El crecimiento de la actividad económica regional, evidenciada en el Producto Bruto Interno (PBI), nos indica que la situación económica es positiva, el crecimiento es permanente y sustentado; empero, la contribución al PBI nacional ha ido decayendo para luego recuperarse consistentemente (Figura 1) (23). La tendencia seguida nos hace sospechar que aun habiendo crecido localmente, en el contexto nacional hemos venido decayendo, o las demás regiones han crecido más. Ello explicaría por qué aún se mantiene una tasa de pobreza de 40% (24).

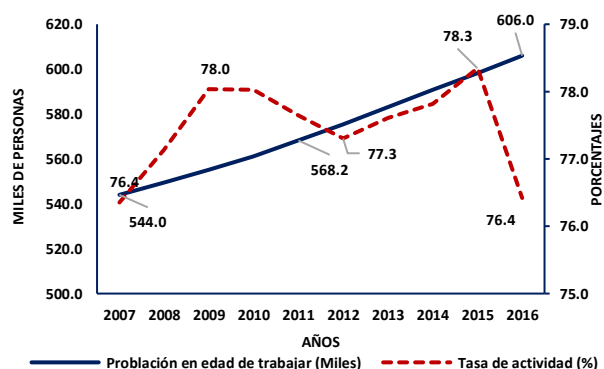


Fuente: INEI, Estadísticas, Indicadores Macroeconómicos. 2017.

Figura 1. Valor Bruto de la Producción en la Región Huánuco y su contribución al PBI nacional.

Siendo Leoncio Prado la segunda economía de la Región Huánuco, a juzgar por la cantidad de empresas manufactureras equivalente al 21.6% de la región (24), es de suponer que el PBI provincial también sigue la misma tendencia de crecimiento lento al igual que el PBI regional, cuyo aporte al PBI nacional es mínimo ($x=1.01\%$, $CV=3.02\%$) (23).

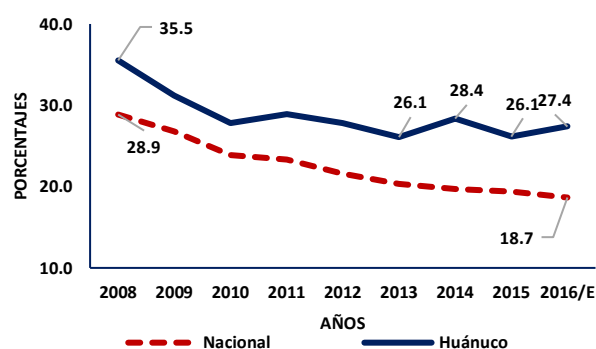
La Figura 2, muestra la evolución de la tasa de actividad (PEA) de la oferta laboral en la Región Huánuco, siendo el promedio del periodo 77.5%, que se ha mantenido uniforme con una variabilidad de apenas el 0.87%; sin embargo, la población en edad de trabajar crece consistentemente (25). Como vemos la PEA ha experimentado una tendencia creciente, aunque las mujeres están menos ocupadas (25).



Fuente: INEI, Estadísticas, Empleo. 2017.

Figura 2. Población en edad de trabajar y tasa de actividad (PEA), Región Huánuco.

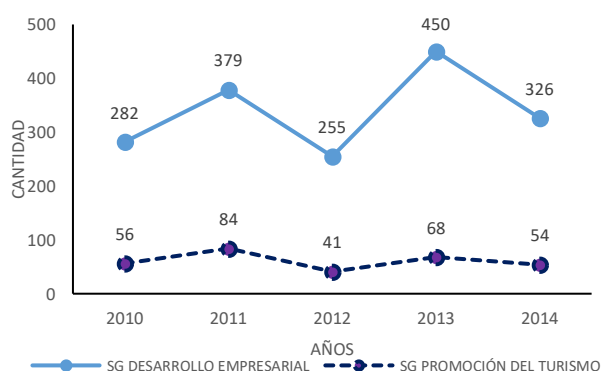
La población con al menos una necesidad básica insatisfecha, muestra una tendencia decreciente, en el 2013 se ha logrado reducir en 9.4% la cantidad de personas en esa situación, con respecto al año 2008 (26); tal parece que la tendencia siempre será a la baja, aunque en el periodo 2013 al 2016 se ha mantenido estancado (Figura 3).



Fuente: INEI. Estadísticas. Sociales (2018)

Figura 3. Población con al menos una necesidad básica insatisfecha, Región Huánuco, 2008 - 2016 (Porcentaje respecto del total de población de cada año)

La actividad empresarial en Tingo María, determinado en base al otorgamiento de las licencias de funcionamiento tanto nuevas como renovaciones (Figura 4), si bien ha evolucionado positivamente en el periodo estudiado, sin embargo, al final de mismo ha decaído en ambas subgerencias, lo que nos indica que algunas empresas han colapsado o al menos han dejado de funcionar temporalmente.

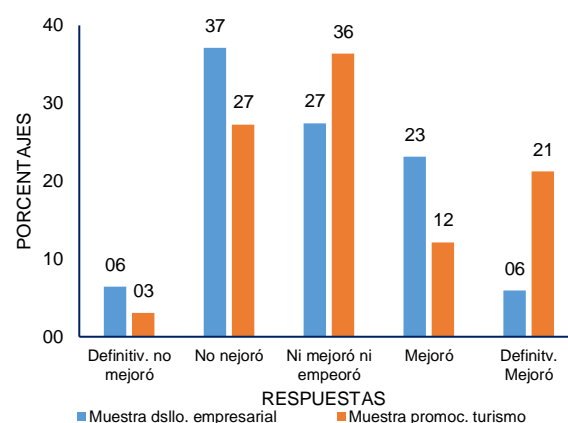


Fuente: Subgerencias de Desarrollo Empresarial y Promoción del Turismo, MPLP., Registros internos 2016.

Figura 4. Evolución de las licencias de funcionamiento otorgadas por la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, 2010 – 2014.

Los micro empresarios en Tingo María tienen la sensación de mejora en la situación económica y financiera (Figura 5), percepción que se hace más intensa en la actividad turística. Pero, afirman que el municipio no los apoya, por ejemplo, el 76.9% dice que nunca ha recibido capacitación o si recibieron fue en raras ocasiones; asimismo, dicen que nunca recibieron asistencia técnica en materia de administración de empresa (94.6%), que no recibieron información sobre precios, fuentes de financiamiento, beneficios que se derivan de trabajar en sociedad o clúster de negocios y otras fuerzas del mercado, que podría mejorar sus capacidades de negociación con clientes y

proveedores. Por otro lado, también expresaron que el ente municipal no compra sus productos.



Fuente: Encuesta a pequeños y micro empresarios – 2016

Figura 5. Percepción de mejora en la situación empresarial, de pequeños y micro empresarios en Tingo María.

Autocríticamente afirman que el municipio organiza ferias a las que no asisten o lo hacen esporádicamente, incluso hay un segmento cercano al tercio que nunca ha participado, la investigación no llegó a determinar sus causas. Algo que si consideran beneficioso para ellos es la ejecución de proyectos que parte del municipio, solo un quinto de los encuestados sostiene que no los beneficia.

Referente a las actividades desarrolladas por la Subgerencia de Promoción del Turismo, más de mitad de los microempresarios ligados a esta actividad, también dijeron que de una u otra manera son partícipes de las actividades que promueve el turismo en Tingo María; asimismo, reciben información relacionada a las festividades que se celebran, resultados de investigación sobre turismo, así como los circuitos turísticos que se han venido estructurando, aunque este último puede inclusive ser adaptado o modificado por los mismos operadores turísticos. El 72.7% afirma que nunca lo recibió información sobre fuentes de financiamiento. Empero, sienten tener algún beneficio con la promoción del turismo por parte del ente municipal, cuya inversión en comunicación a través de los medios se ve reflejada en una mayor afluencia de turistas.

Como ocurre con los empresarios en general, aquellos que operan en el turismo tampoco muestran mucho interés en participar en las ferias que organiza el municipio, un tercio de ellos dijo que nunca lo hizo, sin embargo, es esperanzador que al menos un quinto de ellos lo hace siempre o casi siempre. Situación similar encontramos en la capacitación, pues algo más de la mitad nunca ha participado o ha recibido capacitación para mejorar sus competencias en la gestión de sus organizaciones. Sin embargo, hay un importante segmento que participó en las capacitaciones

siempre o casi siempre. La mayoría de microempresarios turísticos considera que los proyectos ejecutados en el sector, por parte del municipio, los benefician; también cerca de la mitad de ellos reconoce que este recomienda el uso de sus servicios.

Demostración de hipótesis

Mediante Regresión Categórica, se halló una correlación conjunta de $R=0.769$ ($p < 0.05$) entre las variables dependiente e independientes, aunque ninguno de los indicadores de actividad de la Subgerencia de Desarrollo Económico influye significativamente ($p > 0.05$) a la variación de la percepción de los empresarios (Cuadro 1), de modo que la hipótesis específica 1 queda rechazada.

Cuadro 1. Coeficientes Tipificados (Beta) de la variable actividades de la Subgerencia de Desarrollo Empresarial.

	Coeficientes tipificados		gl	F	Sig.	Correlación
	Beta	Estimación de error típico				
Asistencia técnica	-.042	.067	1	.380	.538	.018
Desarrollo de proyectos	-.160	.197	2	.661	.517	-.077
Información de precios y otros	.019	.143	2	.017	.983	.011
Participación en ferias	.069	.130	3	.280	.840	-.093
Capacitac. gestión empresarial	-.012	.088	3	.020	.996	.036
Informa sobre financiamiento	-.826	.480	2	2.961	.054	-.704
Municipio le compra	.233	.235	1	.986	.322	.012
Informa sobre benefic asociativ	.162	.178	1	.833	.363	.015

Variable dependiente: Percepción impacto positivo Desarrollo Económico Local

Respecto a las acciones desarrolladas por la Sub Gerencia de Promoción del Turismo, no obstante, se halló una correlación conjunta de $R=0.922$ ($p < 0.05$) entre las variables dependiente e independientes; pero igual que en el caso anterior, de acuerdo a los coeficientes Beta estandarizados y la significancia para cada indicador, se encontró que también ninguno de ellos contribuye significativamente ($p > 0.05$) al comportamiento de la variable dependiente (Cuadro 2); razón por la cual se rechaza la hipótesis específica 2.

Cuadro 2. Coeficientes Tipificados (Beta) de la variable actividades de la Subgerencia de Promoción del Turismo

INDICADORES	Coeficientes tipificados		gl	F	Sig.	Correlaciones
	Beta	Estimación de error típico				
Participa difusión de turismo	-.201	.402	1	.251	.625	.327
Informado de festividades	-.449	.463	3	.938	.453	.336
Participac en ferias	.786	.474	2	2.756	.104	.684
MPLP informa investig en turismo	.327	.686	3	.228	.875	.646
MPLP capacita en turismo	.407	.561	2	.525	.605	.612
MPLP informa circuitos turísticos	.262	.421	2	.388	.687	.150
MPLP desarrolla proyectos	.209	.426	2	.242	.789	.614
MPLP informa financiamiento	.187	.514	2	.132	.877	.306
MPLP recomienda sus servicios	-.401	.631	3	.403	.753	.390

Variable dependiente: Percepción impacto positivo Desarrollo Económico Local

Asimismo, se ha encontrado una correlación significativa ($R_{sp} = 0.366$; $p < 0.01$) entre las actividades de la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado (que agrupa a las dos subgerencias) y la percepción de y microempresarios sobre el desarrollo económico local de Tingo María (Cuadro 3) evidenciándose una relación débil; es decir, los

empresarios locales no estarían valorando adecuadamente los esfuerzos realizados por el municipio local en materia de promoción del desarrollo económico, incluidas la promoción de la actividad empresarial y turística; de este modo, aceptamos parcialmente la hipótesis general.

Cuadro 3. Correlación entre las actividades de la Gerencia de Desarrollo Económico y la percepción de desarrollo económico local de pequeños y microempresarios de Tingo María

Actividades GDE la MPLP	Actividades GDE la MPLP	Percepción de Dslo. Económico Local
	Coefficiente de correlación	0.316**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	219

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Discusión

Las municipalidades, distritales y/o provinciales, funcionan con personas que tienen hasta cuatro modalidades de inclusión institucional: elegidos por votación popular (alcaldes y regidores), designados como personal de confianza por los primeros (gerentes y subgerentes), personal permanente (nombrado) que hace carrera administrativa y personal contratado. Es responsabilidad de todos, el fortalecimiento de una cultura institucional que permita al gobierno local ponerse al servicio de la comunidad. La capacidad de gestión y liderazgo, de los dos primeros grupos, favorecerá decisivamente la ejecución del Plan de Desarrollo Económico Local (PDEL) y sus posibilidades de sostenibilidad, ya que provee la estructura técnica y política necesaria para garantizar el éxito del proceso.

La pronunciada tendencia a la baja de la población que al menos tiene una necesidad insatisfecha (.35.5% en 2008 a 27.4% en 2016) nos indica que la pobreza en la Región Huánuco ha ido bajando consistentemente en el periodo analizado (26), situación que probablemente repercute en Leoncio Prado; empero aun no salimos plenamente del mapa de pobreza nacional (27, 24). Por otro lado, la tasa de actividad de la población en edad de trabajar ha crecido consistente en el período analizado, evidencia de que las personas se mantienen ocupadas, quizás con ingresos promedio mensual por debajo del mínimo legal en caso de las mujeres y ligeramente superior en caso de varones (28).

Uno de los beneficios de crecimiento es la generación de empleo digno, que trae como consecuencia el mejoramiento del nivel de vida de la población (2) La actividad empresarial, es decir la inversión privada sumada a la inversión pública, dinamizan la economía al generar empleo (7, 8). Asimismo, la voluntad de invertir en Leoncio Prado por parte de los inversionistas es alentadora, pues sabemos que la inversión privada es el motor fundamental del crecimiento económico (29).

La percepción de los beneficiarios con respecto a las actividades realizadas por la GDE no

es muy alentador, pero es necesario precisar que el microempresario tiene poca participación en los eventos programados por el municipio. Como en cualquier actividad el hecho de gerenciar una empresa requiere que sus conductores busquen perfeccionar su gestión por cuenta propia, es su responsabilidad aprenderla, claro que el estado cooperará con ellos para fortalecer sus capacidades (10), estableciendo y manteniendo, asimismo, las reglas de juego para un adecuado desempeño de dichas empresas, así como generando y poniendo a disposición información pertinente considerada un recurso estratégico (30).

Por otro lado, el ente municipal puede apoyar, siempre que le es posible y pertinente, comprando sus productos, aunque aquel no está obligado a hacerlo salvo en productos necesarios para atender a los programas sociales. Sin embargo, no puede esperarse que el estado compre todo, tengamos en cuenta que los recursos son escasos y entraríamos a una situación parecida al subsidio (política paternalista del estado) resultado de la confusión entre desarrollo económico local y desarrollo comunitario o social (31), los micro empresarios tienen que aprender a valerse por sí mismos. Si hay certeza de que el estado compraría toda o buena parte de la producción, puede diluirse la calidad de los productos, al perderse en interés por la innovación. El micro empresario tiene que aprender a gerenciar su negocio y competir en el mercado, innovando su oferta y manteniendo la consistencia y constancia de la calidad de sus productos, responsabilidad pública y autenticidad, como garantías de satisfacción para el consumidor (32).

Asimismo, si bien el municipio en su rol promocional del turismo y de la actividad empresarial puede orientar a los emprendedores sobre las condiciones en las que se presentan las ofertas de las entidades financieras, tanto nacionales como internacionales, son los mismos proveedores de recursos los que están obligados a promocionar sus productos, para ello es lícito hacerlo a través del municipio (33).

Los gobiernos locales, son los entes encargados de promover el desarrollo económico local, (33), sin embargo, el desarrollo económico local también es responsabilidad de todos los actores, empresarios, entidades representativas de la comunidad, sindicatos, iglesias entre otras, cada uno con la misión que le ha encargado la sociedad o la ley, liderados por el municipio (34), quien desarrollará sus capacidades (competencias) dentro de una cultura organizacional, para promover emprendimientos sostenibles generadores de empleo (trabajo con derechos) y favorezcan el impulso de entornos favorables para el desarrollo de actividades económicas, el emprendedurismo y

consolidación de las PYMES, y la atracción de inversiones (3).

Empero, no olvidemos que siendo la inversión privada la que dinamiza la economía (29), la mayor responsabilidad para lograr el éxito de un negocio y/o empresa recae en sus administradores, en sus capacidades y la ética con la que asumen su rol, sin pedir otra ayuda del estado más que el establecimiento de las condiciones adecuadas para dinamizar la economía, evitando los vaivenes políticos. Una economía dinámica mejora la recaudación tanto para el gobierno local como para el central y genera empleo, la misión del municipio, así como del gobierno regional y central es lograr ese propósito (34).

Al buscar crecimiento no debemos perder el objetivo último: las personas (35), es indispensable, pero se requiere calidad en el gasto de aquello que se ha recaudado, por parte de todas las instancias de gobierno incluido el municipal, la población tendrá que ver los beneficios de lo que paga (36), eso es desarrollo.

La investigación encuentra que las acciones del municipio de Leoncio Prado no están siendo valoradas por los microempresarios, máxime si un sector significativo de ellos sostiene que nunca han tenido contacto con el municipio más que para obtener la licencia de funcionamiento; quizás la promoción de la actividad empresarial no se esté llevando a cabo adecuadamente, aunque debemos hacer notar que el estudio abarca un periodo de transición entre los gobernantes locales. Los municipios se reestructuran constantemente (al menos cada cuatro años) su cultura institucional, ello explicaría que a nivel latinoamericano, son pocos los municipios que están abocados a desarrollar transformaciones fundamentales vinculadas al ámbito económico (34) quizás el periodo de gobierno sea corto, pero se sabe de alcaldes que han sido reelegidos hasta por 4 periodos, sin embargo los problemas en sus municipios siguen latentes (37), con obras inconclusas porque cada alcalde quiere hacer las suyas dejando de lado las de su antecesor, agravado con la corrupción en la ejecución de las mismas (38).

La preocupación de los municipios por dinamizar sus economías locales es loable, pero al haber desconfianza sobre métodos de elaboración de estudios, planes y espacios de concertación (39), es menester desarrollar capacidades basadas en referentes de experiencias exitosas (40, 39); asimismo, la promoción de las inversiones y el fortalecimiento de las capacidades de administradores de micro empresas, es una labor de mediano o largo plazo, que requiere una direccionalidad y continuidad, aunque ello es difícil lograr, por la alta rotación de funcionarios que

laboran en estas sub gerencias, lo que no garantiza un trabajo consistente en el largo plazo (40).

Los emprendedores pequeños, tienen el apoyo de entidades del gobierno nacional a través del Ministerio de la Producción y PROMPERU, quienes vienen brindando asistencia técnica, capacitaciones y financiamiento a través de algunos fondos concursables (40), lo que le orienta a su legalización con la licencia de funcionamiento, faltando formalidad en sus procesos administrativos, la que se adquiere con la práctica de principios y valores, es decir, con la construcción de culturas de valores compartidos (31), formando una actitud y conducta sana y libre de corrupción (42,38), ideal al que también los académicos contribuyen con sus investigaciones (43).

Finalmente, el estudio presenta algunas limitaciones tales como los resultados de crecimiento económico, empleo y pobreza se basan en información de fuente secundaria y establecida para la Región Huánuco y no específicamente para la provincia de Leoncio Prado; asimismo no se ha logrado analizar las acciones de la Subgerencia de Desarrollo Productivo porque el registro de sus beneficiarios no se encuentra disponible en la Gerencia de Desarrollo Económico.

Conclusiones

1. Las acciones desarrolladas por la Sub Gerencia de Desarrollo Empresarial, no estarán contribuyendo en la percepción de desarrollo económico local de Tingo María, por parte de los pequeños y microempresarios, quizás existan otros factores adicionales a los considerados en este estudio que influyen en sus percepciones.
2. Las acciones ejecutadas por la Sub Gerencia de Promoción del Turismo, no están influyendo de modo significativo a la percepción de los pequeños y microempresarios, sobre el desarrollo económico local de Tingo María; ninguno de los indicadores considerados contribuye a dicha percepción.
3. Las actividades desarrolladas por la Gerencia de Desarrollo Económico están correlacionadas débilmente con la percepción de los pequeños y microempresarios sobre el desarrollo económico local de Tingo María.
4. Sin embargo, los empresarios de Tingo María, sienten que la situación de sus empresas ha mejorado, percepción que se hace relativamente más intensa entre los empresarios dedicados a la actividad turística.

Referencias bibliográficas

1. Villaseca M. Gestión efectiva del desarrollo económico local: fortaleciendo capacidades en la gestión de proyectos. Centro de Estudio y

Promoción del Desarrollo-DESCO. Perú: Sinco Editores; 2008.

2. Alburquerque F. El enfoque del desarrollo económico local. Serie: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad. 1a ed. Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo; 2004.
3. Fundación para el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal e Institucional de Centroamérica y El Caribe DEMUCA. Guía de herramientas municipales para la promoción del desarrollo económico local [Internet]. San José de Costa Rica: DEMUCA; 2009. [Citado 15 noviembre de 2016]; Disponible en: https://www.cepal.org/MDG/noticias/paginas/2/44322/Guia_Herramientas_Municipales_Demuca.pdf. Consulta
4. Municipalidad provincial de Leoncio Prado. Manual de Organización y Funciones. [Internet]. Tingo María, Perú: Gerencia de Planeamiento y Presupuesto Sub Gerencia de Desarrollo Institucional; 2014. [Citado 10 abril de 2016]; Disponible en http://www.munitingomaria.gob.pe/mplp/sites/default/files/mplp/documento_sdegestion/MOF2014.pdf
5. Torres S. Diagnóstico de la gestión municipal. Alternativas para el desarrollo. Lima. Perú: Ministerio de Economía y Finanzas. 2005.
6. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Estudio Económico de América Latina y el Caribe. [Internet]. Documento Informativo 2006. [Citado 16 de diciembre de 2016]. Disponible en: [http://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/anuario/CD%20Anuario%2007/Economia/4%20-%20Estudio%20Econ%20F3mico%20de%20Am%20Lat%20y%20el%20Caribe%202006-07%20\(CEPAL\).pdf](http://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/anuario/CD%20Anuario%2007/Economia/4%20-%20Estudio%20Econ%20F3mico%20de%20Am%20Lat%20y%20el%20Caribe%202006-07%20(CEPAL).pdf)
7. Parodi C. Motores de la economía peruana. [Internet]. Lima: Diario Perú 21. [Citado 13 diciembre 2016]; Disponible en: <https://peru21.pe/opinion/carlos-parodi-motores-economiaperuana-235729>.
8. Ríos M. Inversión pública crecerá 17.5% y será el principal motor de crecimiento en el 2018. [Internet]. Lima: Diario Gestión, 2016. [Citado 28 de noviembre 2016]. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/mef-inversion-publica-crecera-17-5-y-sera-principal-motorcrecimiento-2018-219644>
9. Gonzales J. ¿Qué sucede con la inversión privada?. [Internet]. Lima: Diario el Comercio, 2016. [Citado 26 de junio 2016]. Disponible en: <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/sucede-inversion-privada-jorge-gonzalez-i-223789>
10. Parodi C. Inversión caída libre. [Internet]. Lima: Diario Perú 21, 2016. [Citado 23 de mayo 2016]. Disponible en: <https://peru21.pe/opinion/carlos-parodi-inversion-caida-libre-77411>
11. Vásquez E. Programas sociales ¿de lucha contra la pobreza?: casos emblemáticos. [Internet]. Lima: Universidad del Pacífico. Centro

- de Investigación; 2006 [Citado 13 diciembre 2016]; Disponible en: https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/Programas_Sociales_EVasquez.pdf
12. García F. Políticas e instituciones para el desarrollo económico territorial. El caso de Honduras. Santiago de Chile; Instituto latinoamericano y del caribe de planificación económica y social (ILPES); 2009.
 13. Domínguez L. Necesidades de bienes y servicios ambientales en las micro y pequeñas empresas: el caso mexicano. Serie medio ambiente y desarrollo. Santiago de Chile; 2003.
 14. Ollague N. Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la parroquia Chongón del Cantón Guayaquil. [Tesis]. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social; 2015.
 15. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección General de Investigación y Estudios en Turismo y Artesanía. Medición económica del turismo. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección General de Investigación y Estudios en Turismo y Artesanía; 2016.
 16. Gómez NC. Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia. [Tesis]. Colombia: Universidad Internacional de Andalucía. 2009.
 17. Santesmases M. Marketing. 6a ed. México: Pirámide; 2012.
 18. Keller KL. Administración estratégica de marca. 3a ed. México: Pearson; 2008.
 19. Kotler P, Armstrong G. Fundamentos de marketing. 8a ed. México: Pearson; 2008.
 20. Kotler P, Armstrong G. Marketing. 14a ed. México: Pearson; 2012.
 21. Stanton W, Etzel M, Walker B. Fundamentos de marketing. 14a ed. México: McGraw Hill; 2007.
 22. Aguirre MS. Marketing en sectores específicos. 1a ed. España: Ediciones Pirámide; 2005.
 23. Ceroni M. ¿Investigación básica, aplicada o sólo investigación? [Internet]. Lima: Rev. Sociedad Química del Perú; 2010 [Citado 8 noviembre 2016]; Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-634X2010000100001
 24. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Estadísticas. Principales indicadores macroeconómicos [Internet]. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática 2017. [Citado 18 de diciembre de 2017]. Disponible en <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/mainmacroeconomic-indicators/>.
 25. Banco Central de Reserva del Perú. Informe económico y social región Huánuco. [Internet]. Huánuco; 2015. [Citado 30 octubre 2017]. Disponible en <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2015/huanuco/ies-huanuco-2015.pdf>.
 26. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Estadísticas. Empleo [Internet]. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática 2018. [Citado 10 enero 2018]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/main-macroeconomic-indicators/>.
 27. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Estadísticas. Sociales, Pobreza y Gasto social [Internet]. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática 2018. [Citado 10 enero 2018]. Disponible en <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/main-macroeconomic-indicators/>.
 28. Instituto Peruano de Economía. ¿Qué regiones padecen de mayor pobreza? [Internet]. Lima: Instituto Peruano de Economía; 2016. [Citado 15 de diciembre de 2017] Disponible en: <http://www.ipe.org.pe/graficos/que-regiones-padecen-de-mayor-pobreza>.
 29. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Huánuco: Compendio estadístico 2017. Huánuco: Instituto Nacional de Estadística e Informática, Oficina Nacional de Estadística e Informática Huánuco; 2017.
 30. Bravo J. ¿Más gasto corriente o más inversión? ¿Cómo impactan en el crecimiento? [Internet]. 2016. [Citado 13 de octubre de 2016]. Disponible en: <http://blogs.gestion.pe/inversioneinfraestructura/2016/07/mas-gasto-corriente-o-mas-inversion-como-impactan-en-el-crecimiento.html>.
 31. Malhotra N. Investigación de mercados. 5a ed. México: Editorial Pearson Educación; 2008.
 32. Meyer J. ¿Qué es el desarrollo económico local? ¿Por qué es tan difícil? [Internet]. Mesopartner working papers; 2003. [Citado el 20 de noviembre 2016]. Disponible en: <http://www.mesopartner.com/es/publicaciones/>.
 33. Durango A. La guía rápida del comercio electrónico. [Internet]. 2a ed. IT Campus Academy; 2016. [Citado 13 de octubre de 2016]. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books>.
 34. Ley Orgánica de Municipalidades. Normas Legales, Diario Oficial El Peruano. Lima; 2003.
 35. Enríquez A. Desarrollo Económico Local: enfoques, alcances y desafíos. Alternativas para el desarrollo, Fundación Nacional para el Desarrollo. [Revista on-line]. 2005 [Citado 16 de enero 2018]. Disponible en: <http://www.repo.funde.org/423/1/APD-92-I.pdf>
 36. Parodi C. Crecimiento no es igual a desarrollo. [Internet]. Lima: Diario Perú 21; 2016. [Citado 16 de agosto de 2016]. Disponible en: <http://peru21.pe/opinion/carlos-parodi-crecimiento-no-igual-a-desarrollo-2254740>.
 37. Parodi C. La población tendrá que ver los beneficios de lo que paga. [Internet] Lima: Diario Perú 21; 2016. [Citado 30 de agosto de 2016]. Disponible en: <http://peru21.pe/opinion/carlos>

- parodi-poblacion-tendra-que-ver-beneficios-lo-que-paga-2255868.
38. Tuesta F. Por una reelección limitada. [Internet]. Lima: Diario Perú 21; 2016. [Citado 02 de octubre de 2016]. Disponible en: <https://peru21.pe/opinion/fernando-tuesta-soldevilla-reeleccion-limitada-229672>.
39. Delta M. Candidato: caballero don dinero. [Internet]. Lima: Diario Perú 21; 2014. [Citado 17 de julio de 2014]. Disponible en: <http://peru21.pe/politica/cifras-corrupcion-peru-siguengenerando-preocupacion-2264476>.
40. Ramírez S., Salgado C, Huapaya J. Factores que limitan la gestión de las políticas de desarrollo económico local en la municipalidad provincial de Abancay en el periodo 2007-2009. [Tesis]. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú; 2012.
41. Rodríguez V. Fortaleciendo capacidades económicas: gestión efectiva del desarrollo económico local de las municipalidades. Lima: Línea de Desarrollo Económico Local Programa Urbano – DESCO; 2008.
42. Hermida J, Serra R, Kastika E. Administración & Estrategia. Argentina: Grupo Editorial Norma; 2004.
43. Monzón R. Cifras de corrupción en el Perú siguen generando preocupación. [Internet]. Lima: Diario Perú 21; 2016. [Citado 02 de octubre de 2016]. Disponible en: <http://peru21.pe/politica/cifras-corrucion-persigu-en-generando-preocupacion-2264476>.
44. Lundberg J. Does academic research affect local growth? Empirical evidence based on Swedish data. [Abstract] *Regional Studies*; 2017;51(4): 586-601.